

# 文化創意產業及其在澳門的發展

麥健智\*

“要使人們能夠理解、使用、欣賞並熱愛創造的象徵、內容、風格、理念、計劃、短篇小說和設計時裝，需要巨大的能力。這便是文化產業所創造的不同的‘意義塊’。從字面意思來講，文化產業及有創意的藝術家是這一切的中心。他們是資訊工業的創造者。”

——桑塔·塞爾基·興格(印度記者及知識份子)

## 一、前言

最近，政府展開對文化產業在澳門發展可行性的討論，並立即引起社會各界積極的反映，尤其是在十分關注經濟、社會和城市發展的學術界和企業界。澳門經濟社會的變化始於2002年博彩業適度開放的結果。公共及私人投資的急速發展及旅遊界，包括博彩業所獲得的巨大成果極大地提高了人均生產總值。儘管近幾年由移民造成的澳門人口增長率超過了往昔，在2005年達到4.9%(見後頁表1)。然而，對於經濟的良好發展，帶本地輿論，以及一部分非常重要的人，已經意識到新的經濟發展形勢只會給那些與賭場及配套行業有直接關係的人帶來好處，而很難帶給其他經濟部門及居民中的其他人帶來明顯的經濟好處。

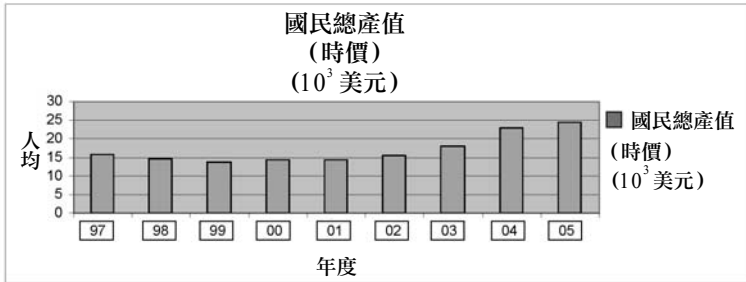
至於文化產業及創意產業，雖然並不是同義詞，但是它們在在某些領域卻可以作為同義詞使用，並且可以成為博彩和旅遊發展的一個補充部分。這種明顯的補充性質進一步加強了澳門特別行政區所採取的發展模式的結構及其可持續性。基本說來，這是一個以高附加值服務為主的外向型經濟。同時已經融入地區性經濟網絡之中，但不僅僅局限於此。

---

\* 歐洲研究學會主席

1. 對此問題，將另文敘述。

表1



資料來源：以統計暨普查局資料為基礎。

這些部門的重要性日益增加。在整個亞洲，無論是在日本，還是在韓國，還是近來在新加坡、香港和臺灣。都可以看到這種情況，這些地方的當局都制定了或正在制定推進這些產業的公共政策，使人們增強這樣的一個理念，即這些工業代表著發展的新戰略。這是知識社會及全球化自然的結果，彼此有著密切的聯繫。

在內地，無論是中央政府，還是地方政府也在討論並發展文化產業。一個例子便是中國的文化部成立了一個文化產業司，同時在2004年由國家統計局對這些產業進行了分類。著名的文化產業區已如雨後春筍般到處遍佈。無論是在世界性的大城市裏，還是在國際化程度不很高的地方，已經有了各種不同活動來促進這一理念，包括會展、會議及各種專題訓練班。<sup>2</sup>

將文化產業引入澳門的旅遊的理由實在是非常充分的。本文目的在於討論在澳門建立文化產業的可行性。我們是以這類活動現有的統計資料為基礎並以澳門創意產業中心的經驗為基礎，順便將回顧其它國家在這方面走過的道路。尤其從學術的角度來分析每一種文化產業，及它們取得的令人振奮的經驗。

2. 從2004年開始，在位於中國西部擁有3000萬人口的世界最大的城市——重慶市政府的推動下，並在澳門特區政府的支持下，我們通過澳門歐洲研究學會參與了“文化管理官員計劃”。

## 二、對文化產業問題的討論

### 2.1 基本理由

文化產業的概念首先是由狄奧多·阿多諾和麥克斯·霍克海默在1947年發表的《啟蒙辯證》中闡述的。兩位作者對資本主義的發展採取了一種批評的態度。他們激烈地抨擊文化中“標準”產品的氾濫和複製。從某種形式上而言，這兩位作者的意思是大眾化的文化在戰後的工業社會中，可以起到“人民的鴉片”的作用。這是馬克思為宗教所下的定義。然而，從音樂到電影、到建築，根據他們的看法，已經變得千篇一律，只是重複某些已有的形式，毫無創新，同時，無病呻吟。藝術作為對社會批評的一種工具，已為文化產業化所取代。我們來援引這部著作中的一段話：

如果是一個藝術部門，它只是通過另外一種表現方式和非常不同的內容來重複已有的模式，如果一部電視小說的故事情節只不過是用來顯示掌握這些技巧的有用素材，例如爵士樂——歌舞劇兩極的經驗——無論是原創，還是低惡的模仿，或是將貝多芬交響樂的一段生硬地改編成一部電影的配樂，把托爾斯泰的小說改編纂成一部電影劇本，那麼這些理由都不過是為了滿足大眾的自然願望，只不過是一股熱氣。文化產業的發展有明顯的效果，技術細節遠遠超過了能夠表達一種思想的原創。因此，這種創作實際上與原來的創作欲念一起被扼殺了。

這種態度的必然結果是確定一種由國家提倡的文化產業發展的政策。這要求在文化當中承擔一系列的責任。這是針對私人活動而言的，國家對藝術、文化的提倡可以用來消除那些市場上的不良影響，可以遏制文化的工業化。文化和藝術創作行為的表現形式，可以是個人化的，也可以是集體化的。這是它所唯一關心的。同時，這裏還有一個潛在的文化概念，即高級文化。它是高水平美學和藝術質量的表現形式。

然而，經常發生的情況是，市場的這種“主導”傾向性，正如阿多諾所批評的那樣，為國家主導性所取代，或為國家精英關於藝術—文化世界的控制所取代。在意識形態為主的時代，在國家將文化工具化

時代的東西，甚至今天還會以不同的形式出現，還可以在世界的某些部分看到這種現象。它是一種對文化藝術在社會中用作理解的形式。

## 2.2 文化產業的再生及創意產業的出現

20世紀下半葉，整個世界經受了深刻的改變，開始出現了新的經濟模式。因此，為工業社會帶來了末日，取而代之的是消費社會。變化一浪接一浪，而且頻率越來越快，範圍越來越廣。經濟的數位化使這一過程進一步複雜了。

在消費社會中，再次引用興格關於“意義塊”的論述具有巨大的重要性。大規模的普及，拿阿多諾的話來講，是經濟和社會發展的前期，它創造了各種各樣、千篇一律的產品，相當雷同。消費者沒有進行選擇的任何可能，只能夠消費它們。但是這一情況隨著市場上質量不相上下的代用品的大量湧現，也產生了發明各種不同促銷技術與概念的需要。正是在此不同的情況下，才產生了文化產品並將其作為價值的因素。每個消費者有其不同的價值觀，因此，他們準備購買產品和服務時，不僅僅考慮到產品、物品的內在價值，同時也考慮到它的“象徵性邊際用途”。<sup>3</sup>象徵也是文化。<sup>4</sup>換言之，這便是人類學意義上的文化。<sup>5</sup>

“文化”所涉及的是一系列精神、物質、知識、情感、社會或某個社會團體的特徵。除此以外，還包括藝術和文學、生活方式，社團生活的方式，價值體系，傳統及信仰。

這便是時裝工業的蓬勃發展，設計之所以成為千千萬萬種產品的區別成份，甚至包括那些耐用消費品。

因此，如果我們不考慮到另外一個重要的區別的因素——科技，將是十分嚴重的。在此背景下，耐人尋味的是，德國仍然是世界上高

---

3. 這種“正在進行之工作”的稱法受到了“邊際用途”理論的啟發並受到了奧地利學派，如哈耶克關於消費的實例的影響。

4. 人類學視“文化是一種生活方式”。

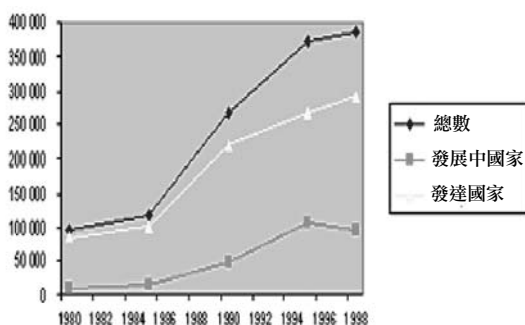
5. 聯合國教科文組織文獻，包括在“喬德普爾共識”宣言的文件中。

檔服裝的最大出口國。並不僅僅因為其設計質量的高乘，同時也因為其它大量生產的國家，例如中國仍然未掌握它的技術。

如表2的描述，文化產品的世界性貿易有了突飛猛進的增長。在這些文化產品中，毫無疑問首屈一指的是唱片工業、多媒體、電影等。

表2

1980-1998 年期間世界文化產品的貿易（百萬美元）



資料來源：教科文組織

上述產品的生產及推銷，很久以來便與非常專門的工業術語聯繫在一起的。這些術語為大家所熟悉，唱片工業、電臺、電視、時裝工業、電影工業及其它，那麼這一“新的雨傘”，即文化產業或稱之為創意產業有何需求呢？

文化產業現在是作為一種概念而再生的。它將在更廣泛的範圍，甚至全世界範圍內立足。它出現的背景已經同使阿多諾怒髮衝冠的那個時代有所不同。它反映了工業普及、全球化及消費主義的發展，如同前面說過的那樣，這些文化產業的內在力量在於它們能夠回應目前世界消費者潛在需要的能力。同時，作為一種經濟活動，它們又能夠介入一種新的組織經驗，更加敏捷、更加適應知識社會的要求。這一經驗出現於20世紀80-90年代之間。起初產生於藝術家和設計師狹小的社團之內。他們組織了微型和小型的文化產品生產企業，並經常使用已經搬遷了的工廠所廢棄的設施。他們表現出很強的創造和競爭能

力，創造了高增值的產品和服務。出現最多的是北歐，但是在美國及所有地方都有。<sup>6</sup>

隨著資訊和通訊的革命，這些成果非常容易傳播。從設計到陶瓷、軟體到時裝、音樂到建築，還有傳統的產品。這些經驗的重要性不僅僅局限於其經濟價值，同時也在於它恢復城市功能的能力及其社會內容。某些國家尤其重視這類企業，例如芬蘭、冰島、英國和荷蘭。上述國家大部分位於北歐。小國的經濟成就，例如芬蘭和冰島直接與它們的創新能力、創意能力及所採取的一系列鼓勵措施的公共政策有關。最能說明問題的例子便是愛爾蘭。它制定了一個對藝術家免稅的稅收政策。這一政策吸引了全世界的設計家和藝術家，包括出生於澳門，並在香港接受教育的澳門人約翰·羅札。同時這一政策還將世界最大的搖滾樂團U2留在國內。

文化、創意力及創新和經濟成就之間的關係使得學者、政治家、城市規劃者等開始尋找新的可持續發展的道路。在這一堆經驗與概念中，我們可以找到為何目前對文化及創意產業如此重視的原因。

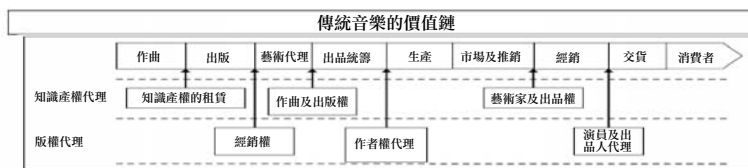
## 2.3 文化產業的定義

### 2.3.1 價值鏈

對於文化產業及創意產業的理論闡述，實際上是以價值鏈的概念為基礎而改造的。價值鏈是由競爭力理論的戰略家波特爾提出的。<sup>7</sup>他的分析基礎是解析產業的創造週期，同時找到每個文化創造過程的環節。它受到知識產權的保護並可產生價值。從我們下面提供的以傳統音樂<sup>8</sup>為例的表格，可以看到價值鏈的整個流程。這一表格以瑞典民樂作曲家協會主席瓦利斯博士所作的一個報告改編。

- 
6. 從某種意義而言，這是那些著名的汽車庫“世界之末”的新版。在這些地方出現了搖滾樂隊，而後出現了比爾·蓋茨和其他人的實驗室。
  7. 哈佛大學教授。其主要著作有“競爭策略”，自由出版社，紐約，（1980）及“競爭優勢”，自由出版社，紐約，1985。1994年成立了“內城競爭力計劃”，以促進城市中貧困區的發展。
  8. 根據瑞典民樂作曲家協會主席瓦利斯博士在2002年12月由澳門歐洲研究學會/澳門知識產權協會/澳門知識產權協會/亞歐基金會共同舉辦的“亞太文化產業發展策略”研討會上的發言改寫。

表3



這種提法有一個好處便是可以通過文化產品因素的報酬估計出其增值。同時也有不妥之處，大部分僅僅限於是否有知識產權的權利。這是一個法律的範疇，由於很難將其用於屬於公共領域的困難，所以它是製作過程的一種傳統方式，並不包括目前創意活動所遇到的廣泛的問題。

在此我們再舉一個例子，這便是日本電影導演的情況。他們的工作沒有“特許權”<sup>9</sup>的報酬，因為他們被認為是他們所在的製片公司的工作人員。這種情況不是唯一的，在創造者接受固定工資的情況下，他們的報酬也不是與他們所持有的知識產權帶來的價值直接聯繫。

### 2.3.2 創意集群

通過價值、成本，或以不同方式來創造“競爭優勢”促進形成了一個創意集群，以提高補充活動的效率。創意集群的創始人便是那個文化事業推進人埃文斯。<sup>10</sup>他對創意集群有如下的評論：

創意集群包括非營利性企業、文化機構、藝術場地和藝術家，同時還要有科技區及多媒體中心。創意集群是生活和工作的地點。在此，文化產品即被消費又得到生產。它們全日開放，在那裏可以工作，可以消遣。它們擁有多樣性和變化，因此，在人流繁華和多文化的城市環境當中蓬勃發展。這些環境有它自己獨特的性格，又與世界有著密切的聯繫。

9. 在日本，電影導演的作者權，根據1971年的法律，由製片人擁有。  
10. 西蒙·埃文斯曾在香港生活並參與了從20世紀80年代開始在澳門舉辦的頭幾次“邊緣藝術節”。

創意集群的區域基礎多變。從城市和社會的角度來講，這是十分重要的。歐洲早期的文化產業及創意產業的經驗，如同我們前面所言，與城市區域的更新，包括工業產品的老倉庫區及廢棄的工廠有關。除此以外，還有一個社會性的日程。創意集群的模式現在已經有了很大的規模，形成了創意科技區，例如北京城便有計劃設立這樣的創意區。

### 2.3.3 文化產業及創意產業

如果二者之間有所不同，那麼文化產業和創意產業之間，有何區別呢？通過價值鏈的方法可能會造成混淆，實際上，現在已經不加區分地混淆使用。所有的文化產品均是創意產品或者所有創意產品都是文化產品嗎？

要涇渭分明地區分它們的定義，實際上是很困難的。事實上，採用了模糊的用法，例如在香港的情況下，香港當局為給制定有關政策提供根據，要求香港大學文化政策中心對文化及創意產業作調研。這種混淆使用表明，要在實際上將兩者區分開來是十分困難的。一方面，這些產業產生至今時間仍然不長，另外一方面的因素是，這些概念現在還沒有在所有的發展國家有一個統一的標準。在歐洲也沒有一個統一的標準。因此，在很多情況下，實際上是換衣不換人。例如非常重視這些產業的北歐國家和英國，大部分國家都採用了“創意產業”這一叫法，然而這一稱呼在法國、德國，甚至在西班牙並不通行。很奇怪的是，在意大利這樣一個時裝和設計的國度，也還是喜歡使用“文化產業”這個詞。創意產業只是局限於出版業、電臺、電視、電影及唱片業。

我們認為，一個產業要被定為文化產業必須達到三個條件：

- 有相當數量的文化產品；
- 面向市場；
- 其產品生產應該是有組織、有意識的過程。



這些條件將此概念限制在有組織的經濟活動的範疇內。它與其它的文化和創意行為有所不同，因為後者都是藝術表現形式或者自然獨特的創新。例如，在博物館中展出的一幅圖畫作品不是文化產業的產品，是一部藝術作品，然而，如果它在一個畫廊裏出售的話，便是一個包括在文化產業範圍之內的产品，即藝術中介。就創意產業而言，儘管有一個團隊參與，通常將其認為是一種個人的創造行為。我們以建築師的工作為例，這是一個創造性活動，對此毫無疑問，然而，他所署名的每個建築設計方案實際上是一個團隊工作的結果，同時包括了文化成份、技術成份和科技成份。歸根結底，每個建築師建設的每座樓房都有其象徵意義，同時也是一個文化行為，其構思也是文化行為。在此情況下，我們究竟應該如何將其工作分類？是作為文化產業還是創意產業？對此，每個國家或地區在分類方面有自己的選擇，我們認為，所有的創意行為都有一個文化的潛層。但並不是所有的文化行為都是創意行為。創造性的概念包括新的含義。我們認為，應該以如下的方式表示：創造性=革新+價值。<sup>11</sup>因此，一個建築師的工作屬於創意產業的範疇，但同時又是文化產業的一個次範疇。於是與一般人認為的相反，我們認為文化產業的概念比創意產業的概念更加廣泛。

### 2.3.4 創意城

這是另外一種可能的提法，而且是在1990年代有了很大的發展。在美國和許多歐洲國家，十分流行創意城。這一概念來源於資訊社會所提出的新挑戰。資訊社會提出了這樣一個問題：用甚麼辦法才能吸引創造力，給它創造在某個城市區域昌盛的條件。其前提假設是，在知識社會中，競爭力的根源正是在於創造性成果。《創造性階級的興起》一書的作者是這一論點最著名的捍衛者。他為城市的創造性制定了指標。他認為，區域的經濟發展是以三個以T開頭的字為基礎的——科技、天才和容忍。佛羅里達為其城市和地區設立了創造性指數。這些指數便是以三個T為標準的，適用於美國268個地區。三藩市是美國

---

11. 這是華威大學比爾頓博士的用語，參見其在2005年12月在貝爾法斯特召開的第3屆“創意聚集區發展國際會議”上的發言“人才濟濟之間：為創造性定義”。澳門歐洲研究學會及澳門創意產業中心向此次會議派出了代表。

人口超過100萬以上城市中最具創造力的城市之一。這一點顯而易見。我們同時還可以援引蘭德利<sup>12</sup>著作中涉及香港的論述：

如果香港欲成為一個知識經濟，需要有創造力的人員。知識經濟唯一能夠運作的辦法便是有一群具有創造力的人……香港經濟的未來取決於文化重要性的顯現，因為文化的競技場是未來經濟的研究部門和發展所在。

## 2.4 一些最重要的歐洲經驗

在歐洲，對於文化產業有著不同的立場和概念。歐盟本身在統一化方面經驗很豐富，但是在這方面沒有能夠邁開大步。1999年5月，在德國輪值期間，召開了一次會議並且通過了“埃森宣言”，為歐洲文化產業制定了十大標準，其目的是增加歐洲的文化產業並準備接受21世紀的挑戰。下面我們來看一下這十大標準的內容：

1. 文化產業是一個不同的經濟部門；
2. 文化產業面向未來；
3. 文化產業可以保障並可以在地區範圍內保障並創造長期就業；
4. 文化產業可以增強地區的內在潛力；
5. 文化產業可以宣揚歐洲的歷史遺產；
6. 文化產業要求一個積極的文化政策；
7. 文化產業需要一項積極的經濟政策；
8. 文化產業需要城市發展政策的支援；
9. 文化產業需要一體化的城市及區域政策；
10. 文化產業需要在歐洲範圍內有一個合適的定位。

---

12. 城市規劃師及數個政府的顧問。曾參與英國伯明翰和曼徹斯特等城市的改造計劃。其著作有：“創意城市：城市規劃創新人員的全套工具”。這是發表於2002年6月香港總商會會刊上的訪談錄。

這一系列的功績是無可置疑的，至少它強調了兩個方面，將文化產業定為一個不同的經濟部門，同時說明了這個部門與其它方面多元化的關係。

在歐洲國家中值得指出的是英國，它的創意企業的模式給予澳門創意產業中心靈感。英國政府認為，創意企業是那些以創造競爭力及個人天才並具有創造財富和就業，通過知識產權的產生和開發創造財富和就業機會的工業。這一定義在對它有批評看法的人看來，過分強調個人的努力。此點已經反映在以此概念為基礎制定的政策之中。在我們討論的情況下，這些政策過分強調支持個人的創意行為，輕視了組織的作用，輕視了個人和公司之間相互依賴網絡的成立，輕視了創造、生產、流通以及創造力管理能力的培訓。

就目前某些國家公共政策而言，在某些歐洲國家，無論是國家性的還是區域性的都是培訓和推廣的工作，成立中小企業的發展點，鼓勵投資，進一步完善有關法律，將文化私有化並加強國家私人的夥伴關係。上面列舉的這些措施的目的是提高競爭和企業組織的能力，加強知識產權保護的法律並降低在設立新活動過程當中所面臨的危險帶來的成本。

## 2.5 教科文組織的立場

教科文組織為了面對越來越多討論關於文化及創意產業的興趣，同時意識到它的社會及文化重要性，2005年2月22-26日在印度拉賈斯坦的喬德普爾城召開了亞太地區創意社團研討會。參會者有80人，其中包括香港政府、巴西文化部副部長奧利維拉及各個國際組織，包括亞洲開發銀行、世界知識產權組織及其它組織的代表。此次會議已經成為了一個里程碑。80多位參加會議的專家<sup>13</sup>通過了一項題為“喬德普爾共識”的宣言，對文化產業進行了文字上的定義。現轉載如下：

文化產業是那些生產有形和無形的藝術及創造性產品的產業。它有可能通過開發文化財產並生產以(傳統的和現代的)知識為主的產品

13. 澳門通過創意產業中心及澳門歐洲研究學會參加了此次會議。本文作者對其成立及運作情況發表了一個演講。

和服務創造財富。文化產業的共同點是所有產業均使用創造力，文化知識和知識產權來生產具有社會和文化意義的產品和服務。

這一提法僅在上述文獻的背景下有效並未代表教科文組織所制定的立場。由此可以看出，要簡單直接地給文化產業下一個定義是十分困難的，因此，上述會議同時決定將進一步討論這個問題，分成不同的時期，要求進行實驗和研究，尤其是制定一個辭彙表和合適的統計分類，以便在將來能夠統一概念並設立全球性的比較資料庫。

行文至此，作為總結，我們想提出這個部門最主要的因素，因此，我們將轉用此次會議的準備文件，<sup>14</sup>其內容如下：

#### ——文化產業部門發展的動力

- 社會組織及價值
- 人力資源的開發
- 文化產品的管理
- 技術發展
- 基礎設施(有形基礎設施，機構安排，法律條文即金融安排)

#### ——文化產業的三個主要集團

##### 1) 藝術創造和出品包括

- 表演藝術(話劇、芭蕾舞、歌劇和現場音樂演出)
- 藝術創造(塑造藝術，視覺藝術，文字及文學)
- 文化機構的展覽，如博物館、畫廊、書店等等。

##### 2) 傳統的文化產業(通常是地方性的)包括：

- 當地出版的書籍、報紙和雜誌
- 電視和電臺
- 當地音樂的錄製和銷售

14. 阿斯克魯德及恩吉爾哈德，“文化產業的部門論述”，(3, 8) 文獻。

- 當地手工藝品的生產(陶瓷，紡織品，傢俱等等)
- 當地生產的軟體和多媒體製品
- 當地設計師為各種生產單位的設計

### 3) 新型大眾化文化產業

- 大規模國內電視及電影製片和發行公司
- 全國性的媒體，包括電視、電臺及大型報刊
- 跨國媒體產品的生產，包括電視、電臺，大型報刊
- 大型書籍出版社
- 大型音樂錄製和經銷公司
- 歌舞劇、音樂會、搖滾樂等商業性演出和主題公園等
- 廣告
- 時裝及休閒製品的設計
- 圖文及工業設計
- 建築設計
- 網頁設計製作
- 軟體設計製作

對這個單子可以持支持或反對的態度，也可以對它的分類持同意或反對的態度。的確，在某些方面，它並沒有達到預想的那種完美的境界，但是它對許多情況以範疇區分，例如書籍的出版。它們之間的區別僅僅是規模，而不是內容的劃分。然而，從經濟的角度來講，這裏面牽扯到企業組織及其複雜性。現實情況的確是不同的，然而，這個單子並未包括與歷史文物、建築物及相同的經濟活動有關的內容，這樣使我們不得不提問文化旅遊是否應該列入教科文組織所規定的文化產業的範疇之內。

另一方面，其它產業尤其是網頁設計及製作，我們將其歸入創意產業，而不是將其歸入文化產業。

然而，隨著關於這些問題的理論進行探討的時機成熟，這並不是本文可以完全闡述清楚的，最好暫且不予以深究。本文包括了促進文化產業的經驗，同時也有那些成為創意產業的經驗，還有二者之間的結合，即在香港的情況下，稱為文化創業產業。

## 2.6 亞洲與文化創意產業

在這新的棋盤上，中國的位置如何？中國大陸的文化產業<sup>15</sup>其規模比我們所瞭解的要大得多，對文化產業已經有了定義。從統計學的角度將其定義為：“提供文化產品和服務及公眾娛樂的行業及其分支”。這一分類是《國民經濟行業分類》的重新組合的結果。它在全中國適用，將文化產業分為三個不同的同心圓。中心之外有一個邊緣帶，最後是相關產業圈。中心所在的是有共識的文化產業，包括文化產品和服務的生產，尤其是包括下列產品：

- 出版、影像產品、電子出版物、電臺、電視、電影、表演藝術、文化演出場所、文物保護、博物館、圖書館、劇院、檔案館、文化研究等。

在邊緣部分有新科技和我們一般可以稱之為“文化產品服務開發”的產業項目。主要包括：

- 互聯網、旅行社、風景點、文化服務、室內娛樂活動、娛樂公園、體育表演、網吧、文化中介服務、文化產品銷售與租賃、廣告業、會展服務等。

有關的產業，例如文具店、照相設備、樂器、玩具及工藝品銷售的生產及銷售等。

比這一分類更為重要的是，中國政府將大力發展這一產業的堅定立場，例如，將設立幾個文化產業集聚區。在某些城市，包括首都北

---

15. 這是由國家統計局在2004年3月29日與中共中央宣傳部及文化部共同制定的《文化及相關產業分類》。

京，現在各種文化創意區如雨後春筍。有些是很強大的私人投資，而且是具有替代作用的。這是中國政府這一立場明顯的標誌。

如果中國大陸已經將文化產業劃為一個十分廣泛的範圍，那麼在香港目前所採用的定義，如同我們前面概述過的那樣，統稱為文化創意產業，但是實際上它的劃分是很嚴格的。在這種劃分中，所強調的是私人企業的計劃。目前香港所執行的劃分如下：

- 廣告
- 建築
- 古董與藝術品
- 設計
- 數碼娛樂
- 影視
- 音樂
- 演藝
- 出版(包括印刷、出版及多媒體等)
- 軟件與電腦
- 電視與廣播

這一劃分的基礎是確定了兩個基本的特徵。它是經濟活動，同時有一個能夠創造財富和就業機會的生產體系。也就是說包括了所有非主要的經濟或生產活動，其附加值並不明顯的表現在一個產品上。這樣的企業不包括在這一產業部門內。

如果將香港的分類同中國內地的分類進行一快速比較的話，可以非常容易地看到二者之間的區別。香港的分類不包括由國家倡導的活動。另外一個特徵是所謂與文化產業有關的產業(文具店、照相設備、玩具等等)未包括在香港的分類之中。值得強調的是，香港在理論和實踐兩方面所作的準備工作是我們目前所知的最詳細的工作。<sup>16</sup>

---

16. 這是由許焯權先生所進行的工作。他與同澳門創意產業中心和澳門歐洲研究學會的接觸很重要。

### 三、澳門文化創意產業

#### 3.1 現狀

在澳門，人們並不常談及文化產業，然而，並不意味著澳門人對此一無所知。實際上，這一與文化產業有關的議題，已經由澳門歐洲研究學會在上個世紀最後10年進行了研究。這表現在2000年舉辦了一次創意產業與發展的研討會。數位國際專家參加了這次會議，包括芬蘭官方機構的代表。當時崔世平(José Chui)工程師得到了澳門歐洲研究學會的贊助進行了他的研究工作，提出了將瘋堂區改造為創意產業區的設想。這一設想雖有提出，但未得到實現。2002年在亞歐基金會的贊助下，又召開了一個題為“發展策略與亞洲和歐洲本地文化產業”的研討會。參加這次研討會的有亞洲和歐洲的專家。2003年8月成立了澳門創意產業中心(其英文縮寫是CCI)和澳門創意空間，以進一步推動澳門創意社團的工作和聯絡。同時在此中心中，進行了一系列與澳門歐洲研究學會在各個創業領域有關的活動，例如攝影、電視片、瓷器、時裝、繪畫等等。近幾年來，世界各地的專家，尤其是歐洲、北歐的專家來到澳門輔導這些培訓計劃，其目的首先是幫助當地的創意人員提高他們的能力，其次幫助他們準備更好地迎接競爭。同時也組織和贊助了各種各樣的國際活動，包括在亞洲和歐洲推廣澳門本地的創意者。澳門創意產業中心的目的是成為當地創意者的平臺，幫助他們提高這一部門的職業水平並推進澳門在國際上的創意活動。<sup>17</sup>

這一方面，已經在亞洲和歐洲進行了數次推廣活動，其中包括參加米蘭一個國際展覽會，這是展示設計和傢俱的重要國際櫥窗的展覽會。這一計劃是由英國文化委員會及宜家傢俬贊助的，同時也得到了其它一些世界著名的企業，例如參加在里斯本召開的“實驗設計展覽會”的企業的幫助。澳門的創意品牌通過這一展覽會，得到傳播。還在澳門周邊的其它國家和地區舉辦了展覽。應該承認，關於文化產業內容的及創意產業的討論現在仍未有最後的結論，因此，我們在此採用英國的模式，同時作一些適合澳門本地情況作修改，因此，實際上是

---

17. 關於澳門創意產業中心的詳細情況，可見 [www.creativemacau.org.mo](http://www.creativemacau.org.mo)。



一邊學習，一邊實驗。我們劃分了12個活動領域，將它們視為本地有潛力和有競爭力的領域，例如，建築、手工藝、視覺藝術、表演藝術、服裝設計、建造、影片及電視、電子遊戲、音樂、廣告、資訊和軟體。這是應該予以支持的領域。還有一些其它的領域，例如時裝設計及資訊軟體的開發也得到了澳門生產力暨科技轉移中心的支援。該中心是一個半官方性質的機構。澳門特別行政區政府佔有其資本的大部分。

### 3.2 澳門的相對優勢

我們找到了幾個澳門可以成為一座創意城市的長處。它們是：

- 澳門豐富的歷史及幾個世紀以來接連不斷多文化接觸所形成的多元文化。從整體上來講，這是十分有利於創意活動的文化背景。
- 這一背景同時由於澳門歷史城區被列入人類遺產更加具有知名度，前途更加光明。
- 世界上目前存在的創意群體一般會被吸引到，除了有多元文化外，還有自由且允許有不同存在的地方。這些條件澳門都具有。
- 澳門的多元文化格局有賴於澳門天賦的人才能，得到了進一步的加強。他們都是年輕人，許多人受過專業培訓，同時具有在世界各地生活的豐富經驗。
- 這些產業完全與新的博彩經濟相輔相成，同時也與澳門這一國際著名的旅遊地相輔相成。
- 文化產業可以幫助傳統的紡織、製衣業創造自己的品牌。
- CEPA、9+2平臺及同葡萄牙語國家的關係，無論從市場還是就其它地方人可能定居澳門的興趣而言，是吸引和發展創意產業的補充因素。

上面講到的各種因素顯而易見，然而，我們想進一步探討這些創意產業和新的博彩及旅遊之間的互補關係。所有我們可以想像出的創意領域，從建築到自然，設計、影片及電視到出版活動、軟體的生產、照片，甚至美術、繪畫、建築、音樂、戲劇，所有這些都同旅遊

有關，而且越來越與新興的博彩產業有關。這些部門的發展需要一系列創意文化性質的專門知識的支持。它涉及到交流，節目的製作及其它娛樂，環境的設計，樓房的設計，軟體和多媒體產品的生產和廣告。此類多元創造可能很多，在此不一一列舉。然而促使這些多方面關係能夠形成的關鍵在於使用當地的資源。當然我們也聽說過本地資源非常稀少，並非所有人都能夠勝任國際客戶要求的程度，因此，我們可以假設這一說法是符合某種現實的。但正是這些挑戰才使人才不斷增長其才幹。然而，我們並不是說一切都要服從於文化創意產業，一切都要服從當地的旅遊和博彩業。通過市場，文化及創意產業應該有自己更加宏偉的計劃，應該將眼光投向中國市場和其它出口的可能。

### 3.3 澳門本地創意社團的特徵

通過2005年2-5月對澳門創意產業中心成員所進行的一項採訪調查，我們<sup>18</sup>得出了定居於澳門的創意者的某些特徵。這可以幫助我們理解與當地的市場及社會環境有關的某些本地特徵。正是它們限制了本地的創意產業。

- 就專業水準而言，幾乎所有的被採訪者都有很高的教育程度，57%有大學文憑，23.6%高等教育肄業，70%人聲稱他們現在的職業活動與他們的學歷相符。

- 在市場方面，87.4%的顧客為本地顧客。在這些顧客中，46%為中小企業，28%是政府部門。

- 在出口方面，香港是他們服務的主要出口地，佔30.9%；其次是中國大陸，佔22.5%。

- 至於所需品的購買，53.3%是在日本採購的，25%在中國大陸，12%在香港。從跨部門的情況來講，25.5%的產品來自於創意部門本身，其次是印刷所，佔19%。

---

18. 這是對澳門創意產業中心成員及非成員所作的訪談。他們共同的特點是他們的職業活動基地在澳門，儘管澳門可能不是唯一的活動基地。接受採訪者達273人，其中67%出生於澳門，17.5%出生於中國大陸，8%出生於亞洲國家，5%出生於葡萄牙。53%的被採訪者為男性，44%為女性。大部分被採訪者屬於3個領域：廣告業（32%），設計（46%）和視覺藝術（30%）。

· 至於就業和收入，43%人為個人單獨經營者，其中24%，在必要的情況下，僱用2-3個工人。這些僱員的收入水平，每月超過1萬澳門元的人佔23%，佔38%每月的收入在5000-7000澳門元之間，佔23%每月的收入是5000澳門元。38%的單獨營業者年工資在9-18萬澳門元之間，31%的人年收入在9萬澳門元以下。

至於這一部門的需求和前途，被採訪者所關心的是下面幾個方面：

· 在市場問題方面，47%的人強調客戶能夠進一步瞭解創意者的工作是“重要的”；有75%對有更好的商業接觸表示“非常重要”及“重要”。

· 大部分人(75.9%)對應該在國際上對創意企業加以宣傳表示“很重要”或“重要”。83.8%的人對在當地的宣傳持有相同的意見。

· 至於在創意部門的專業水準方面，83.1%的人對具有高水準的專業人員表示“很重要”及“重要”。86.5%的人認為，要有豐富的經驗。

· 至於作為政府客戶與政府的關係，76.5%的人對提高政府招標和公開諮詢的工作及其透明度認為“十分重要”。

上面的情況可以幫助我們勾劃一下澳門創意產業中心成員的輪廓，但並不能完全代表“創意階級”<sup>19</sup>的全部，然而，可以說，這一階級的大部分人都在澳門創意產業中心裏工作。

因此，我們想對澳門的創意產業做些總結：

- 1) 主要為本地市場服務，出口面向香港和中國大陸；
- 2) 主要市場是中小企業和政府部門；
- 3) 最有代表性的領域是設計、視覺藝術及廣告業。不甚具代表性的是同資訊領域有關的工作；
- 4) 創意部門內部已經有著某種協調，其表現便是有了部門之間的輸出和輸入；

---

19. 這是由佛羅里達所採用的稱呼。

5) 創意部門的專業人員有很好的教育水平，但是仍然感到需要進一步提高並需要更多的經驗；

6) 他們感到要在當地和國際上給他們進行宣傳並需要更佳商業接觸；

7) 主要的都是微型企業。小規模的生產及與其它經濟部門相似的中等工資。

8) 由於前述原因，本部門的就業規模是相對來講較小，同時是帶有季節性的。本部門基本上以各種計劃為主。

9) 他們希望政府作更多的宣傳，同時在政府招標和公開諮詢當中應該有透明度。

### 3.4 對澳門文化產業發展的幾個建議

結合澳門的比較優勢，本地創意產業的特點及現有的經驗和西方及亞洲在這方面的實踐經驗，我們可以為澳門文化產業的未來提出幾個建議：

#### 3.4.1 短期措施

· 政府應該通過有關機構來協調各個與文化產業有關的單位的工作，包括公共服務、高等教育機構、專業協會，以便對澳門的文化產業進行一個普查，<sup>20</sup>找到優先發展的領域，同時提出具有結構效果的公共政策，尤其是關於教育、培訓、推廣和保護知識產權的公共政策。尤其是各種參與這一工作的單位，除了澳門歐洲研究學會和創意產業中心主辦以外，應該還包括澳門生產力暨科技轉移中心、澳門貿易投資促進局、文化局、旅遊局、旅遊學院、民政總署、澳門金融管理局、建築師協會及設計師協會等機構。協調工作應該由可持續發展策略研究中心協調。

· 統計暨普查局應該迅速地研究、建立適合這一新的部門需要的統計分類。

---

20. 這一調查具有“畫圖”的性質。在英國和香港已經進行過這一工作。

· 簡而言之，澳門的文化產業部門應該包括澳門創意產業中心已經明確的那些領域及文化旅遊。

### 3.4.2 中期措施

- 爭取提高統計資訊的質量，對這一部門進行經濟研究。
- 推廣一個連續性的培訓計劃，提供水平更高的藝術教育。培訓能夠使我們能夠做得更好，教育幫助我們做的與眾不同。蘭德利告誡我們說：藝術和文化是知識經濟研究和發展的部門。
- 大規模地在國際上推廣澳門創制的品牌，鼓勵創新和對在本地和國際上推廣澳門本地的創意產業予以獎勵。
- 在瘋堂區和氹仔成立創意集群區。
- 對漁翁街的工業樓房進行改造，為向需要更多空間的文化產業提供地點。
- 幫助設立文化產業發展點。
- 進一步方便商業註冊及專利的手續及降低價格。
- 改善對知識產權的保護並研究既防止保護主義又能使當地的產業能夠同外部的企業進行競爭的措施。這些活動是不受任何控制的。

澳門目前經濟模式的可持續性，從廣義上來講，是更加完善各個部門之間的連接，尤其是旅遊、博彩部門同其它經濟部門的連接。在我們所討論的題目中，文化創意產業的發展可以為文化旅遊、博彩的有機結合提供關鍵的因素，而不是像現在我們所看到的背道而馳的情況。相信澳門社會許多階層都持有同樣的看法。

